

## Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi (JPIA)

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPIA/index>

Volume 1 (1) 2020, 1-13

### Analisis Penentuan Harga Kamar dan Tingkat Hunian yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel

Rio Rahmatullah<sup>1\*</sup>, Faizah Adisty<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Program Studi D3 Akuntansi, Universitas Pamulang

Email: <sup>1</sup>rriorahmat@yahoo.com, <sup>2</sup>faizahadisty@gmail.com

**Article History: Received on 2020-11-12, Revised on 2020-12-1, Published on 2020-12-19**

#### ABSTRACT

*The purpose of this research is to (1) Describe the method of determining room prices at Sari Pacific Hotel Jakarta, (2) Find out the factors that influence the room occupancy in increasing hotel income at Sari Pacific Hotel Jakarta. The method of this research is descriptive qualitative. Data collected by interviews, and documentation method. Based on the results of this research founded that (1) The method of determining the room price used by Sari Pacific Hotel Jakarta uses the profit target set by PT. Sariarthamas Hotel International, then the management of Sari Pacific Hotel (Director of Finance and Revenue Manager) will calculate CPOR (Cost Per Occupied Room) and then set a new room rental price for each room type. Room rates vary for each room type, which causes a different increase in each room type.. (2) Factors that influence room occupancy are political conditions in Indonesia especially in Jakarta, the change of hotel brands, and price increases are not matched by the improvement and renewal of facilities in the hotel*

**Keyword :** Room Rate, Occupancy, Hotel Revenue.

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) Mengetahui metode penentuan harga kamar pada Hotel Sari Pacific Jakarta, (2) Mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar dalam meningkatkan pendapatan pada Hotel Sari Pacific Jakarta. Metode penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa (1) Metode penentuan harga kamar yang digunakan oleh Hotel Sari Pacific Jakarta menggunakan target keuntungan yang telah ditetapkan oleh PT. Sariarthamas Hotel International, kemudian manajemen Hotel Sari Pacific (Director of Finance dan Revenue Manager) akan menghitung CPOR (Cost Per Occupied Room) dan kemudian menetapkan harga sewa kamar yang baru pada setiap jenis kamar. Penetapan harga kamar berbeda-beda pada setiap jenis kamar hal ini yang menyebabkan kenaikan yang berbeda pada setiap jenis kamar. (2) Faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar adalah kondisi politik di Indonesia khususnya di Jakarta, Pergantian brand Hotel, dan Kenaikan harga yang tidak diimbangi oleh perbaikan dan pembaruan fasilitas-fasilitas yang ada di hotel.

**Kata kunci :** Harga Kamar, Jumlah Hunian Kamar, Pendapatan Hotel.

#### Cara mengutip:

Rahmatullah,R.& Adisty, F. (2020). Analisis Penentuan Harga Kamar dan Tingkat Hunian yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel. *Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi (JPIA)*, 1 (1), 1-13

## **1.1. LATAR BELAKANG**

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya yang digunakan untuk umum dan di kelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Keputusan Menteri Pariwisata. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hotel merupakan salah satu industri yang memiliki karakteristik khusus, tidak hanya menjual produk-produk berwujud seperti kamar, makanan, minuman, tetapi juga menggunakan jasa dalam bentuk pelayanan dan keramahan tamahan.

Meningkatkan pengelolaan hotel di Jakarta merupakan hal terpenting yang dapat dilakukan untuk mengembangkan bisnis dan pariwisata di Jakarta, karena antara hotel dengan bisnis dan pariwisata merupakan unsur-unsur penting yang saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan antara satu sama lain. Hotel memberikan jasa pelayanan dan fasilitas dikarenakan adanya kegiatan bisnis dan pariwisata. Hotel sebagai penyedia tempat tinggal sementara bagi orang-orang yang sedang melakukan bisnis dan wisata serta mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan perkembangan perekonomian dan pariwisata daerah. Mengelola hotel secara tepat dan professional akan meningkatkan serta menjaga kenyamanan pariwisata dan menjaga kelangsungan usaha hotel di Jakarta. Namun, persaingan anatar hotel yang ketat saat ini membutuhkan kegiatan promosi dan pengelolaan penyedia kamar hotel yang baik. Pengelolaan tersebut sangat dibutuhkan karena pendapatan utama hotel adalah dari penyewaan kamar dan fasilitas yang disediakan, maka kegiatan promosi dan penentuan tarif sewa kamar hotel sangat penting untuk dilakukan.

Peningkatan fasilitas maupun penentuan harga yang sesuai harus dilakukan agar para konsumen tetap loyal terhadap Hotel Sari Pacific Jakarta. Banyak hotel dan penginapan lain di Jakarta yang sama-sama berlomba memenangkan persaingan dengan tetap mempertahankan loyalitas konsumen. Karena itulah, Hotel Sari Pacific Jakarta sebagai hotel bintang empat harus melakukan strategi dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Hotel Sari Pacific Jakarta berdiri sejak tahun 1976 dan telah lama melayani para pebisnis maupun wisatawan disbanding hotel berbintang lainnya yang ada di Jakarta, maka dari itu hotel ini harus tetap bersaing agar tetap dapat merebut konsumen

walaupun semakin banyak hotel baru yang berdiri saat ini. Sehingga tarif sewa kamar yang tersedia dan strategi promosi hotel mempunyai peran penting agar usaha perhotelan ini dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Hotel ini memiliki 418 kamar tamu dan dilengkapi oleh fasilitas kamar yang disediakan khusus untuk kenyamanan para tamu yang menginap.

Hotel Sari Pacific Jakarta perlu melakukan strategi dalam menjaga kualitas fasilitas, pelayanan dan harga penjualan kamar hotel. Harga sewa kamar hotel merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan oleh manajemen. Menentukan harga kamar harus mengetahui jumlah pengembalian biaya atau jumlah pendapatan yang akan diterima oleh hotel. Mempertimbangkan pendapatan sewa kamar yang harus dapat menutupi biaya operasional hotel dan perbandingan dengan harga kamar hotel kompetitor. Hotel kompetitor berbintang yang berda dekat dengan Hotel Sari Pacific Jakarta seperti Hotel Le Meridien, Hotel Pullman, Hotel Arya Duta, Hotel Borobudur, Hotel The Sultan, dan masih banyak hotel baru di Jakarta. Sehingga tarif sewa kamar yang ditawarkan oleh hotel dan strategi promosi harus mempertimbangkan harga dan pelayanan dari hotel kompetitor yang berada di Jakarta.

Menentukan harga sewa kamar hotel pada setiap jenis kamar sangat diperlukan dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang merupakan komponen dalam pembentukan tarif sewa kamar. Penentuan harga sewa kamar berdasarkan metode yang tepat harus dilakukan karena bertujuan untuk meningkatkan jumlah hunian kamar. Metode yang digunakan oleh Hotel Sari Pacific Jakarta dalam penentuan harga sewa kamar hotel selama ini ditetapkan oleh PT. Sariarthamas Hotel International (SHI) sebagai perusahaan pusat dengan Manajemen Hotel Sari Pacific Jakarta. PT. Sariarthamas Hotel International setiap tahunnya menetapkan suatu target pendapatan tertentu kepada hotel. Setelah target pendapatan tersebut telah ditentukan, maka manajemen Hotel Sari Pacific Jakarta akan menyesuaikan harga baru terhadap tujuh jenis kamar tersebut.

Kegiatan promosi juga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan jumlah hunian kamar pada hotel. Promosi dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka, lalu membeli produk atau jasa tersebut. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian promosi erat kaitannya dengan volume penjualan terutama dalam upaya mempengaruhi konsumen

akan produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen tentang perusahaan.

Strategi promosi yang digunakan oleh Hotel Sari Pacific Jakarta adalah dengan menjual *room package*, *business package*, *meeting package*, pemasaran lewat internet, promo diskon, iklan, dan membina relasi dengan berbagai perusahaan seperti perusahaan swasta, *travel agent*, BUMN, pemerintah, institusi, perbankan, dan lainnya.

Hambatan dalam hal promosi dan pemasaran ini adalah terletak pada persaingan antar hotel yang saat ini banyak berdiri hotel baru, sehingga Hotel Sari Pacific Jakarta yang lebih lama berdiri kurang diminati. Hambatan lainnya terletak pada fasilitas yang diberikan. Hotel-hotel baru saat ini melakukan promosi dengan menawarkan fasilitas yang modern, mewah dan baru. Sedangkan, Hotel Sari Pacific tidak melakukan promosi pada hal tersebut karena kurang melakukan renovasi pada fasilitas dan bangunan hotel.

Selama beberapa tahun belakangan ini penurunan jumlah kamar yang terjual di Hotel Sari Pacific mengalami penurunan yang sangat signifikan. Penurunan jumlah kamar yang terjual di hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan evaluasi mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung mengalami penurunan ini. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang penentuan tariff kamar serta biaya-biaya yang mempengaruhi pendapatan pada usaha perhotelan ini. Maka penulis mengambil Judul “**Analisis Penentuan Harga Kamar Dan Tingkat Hunian Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Hotel Sari Pacific Jakarta).**”

## **1.2. FOKUS MASALAH**

1. Metode penentuan harga sewa kamar pada Hotel Sari Pacific Jakarta.
2. Terdapat faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar dalam meningkatkan pendapatan pada Hotel Sari Pacific Jakarta.

## **1.3. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang dan fokus masalah, maka penulis mengambil beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana metode penentuan harga sewa kamar pada Hotel Sari Pacific Jakarta?
2. Apa faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar dalam meningkatkan pendapatan pada Hotel Sari Pacific Jakarta?

## **1.4. TUJUAN PENELITIAN**

Setiap penelitian umumnya mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui metode penentuan Tarif Sewa Kamar pada Hotel Sari Pacific Jakarta.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar dalam meningkatkan pendapatan pada Hotel Sari Pacific Jakarta.

## **1.5. MANFAAT PENELITIAN**

Harapan dari penelitian ini adalah dapat memberikan sejumlah manfaat bagi beberapa pihak tertentu, antara lain adalah:

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

1. Bagi Pengembangan Ilmu pengetahuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi, dan menjadi bahan referensi sekaligus perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penentuan dan strategi dalam menentukan harga sewa kamar pada Hotel.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini sedikit banyak bisa memberikan kontribusi pemikiran yang selanjutnya dapat membantu manajemen dalam perencanaan pendapatan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Instansi Terkait

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk para stakeholder mengenai laporan pendapatan hotel sehingga dijadikan acuan dalam pembuatan keputusan melakukan kerja sama dengan perusahaan.

## **A. Pengertian Harga**

Harga merupakan nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan mata uang lainnya. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa serta pelayanannya. Harga dapat diungkapkan menjadi beberapa istilah yaitu iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya. Berikut ini adalah pengertian harga menurut para ahli.

## **B. Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual**

- 1) Kondisi Pasar
- 2) Harga Kompetitor
- 3) Faktor Lainnya

### **C. Tujuan Penentuan Harga**

- 1) Kemampuan Bertahan (*Survival*)
- 2) Laba Maksimum Saat ini (*Maximum Current Profit*)
- 3) Pangsa Pasar Maksimum (*Maximum Market Share*)
- 4) Pemerahan Pasar Maksimum (*Maximum Market Skimming*)
- 5) Kepemimpinan Kualitas Produk (*Produk Quality Leadership*)

### **D. Metode Penentuan Harga Jual**

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value – Based Pricing*)
2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost – Based Pricing*)
3. Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing (*Competition – Based Pricing*)
4. Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga

### **Pengertian Jasa**

Menurut Wijaya (2011:150) mendefinisikan jasa merupakan barang yang tidak ketara (*intangible product*) yang dibeli maupun dijual di pasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan. Berdasarkan definisi diatas, penulis sampai pada pemahaman bahwa jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.

### **Karakteristik Jasa**

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)
2. Bervariasi (*Heterogenity*)
3. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)
4. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

### **C. Klasifikasi Jasa**

1. Segmen Pasar
2. Tingkat Keberwujudan
  - a. *Rented Goods Service*
  - b. *Owned Goods Service*
  - c. *Non Goods Service*
3. Keterampilan Penyedia Jasa
4. Tujuan Organisasi Jasa

- a. Perumahan atau penginapan, mencakup penyewaan apartemen, villa, hotel, motel dan rumah.
- b. Operasi rumah tangga meliputi perbaikan rumah, reparasi peralatan rumah tangga, pertanaman.
- c. Rekreasi dan hiburan yang digunakan untuk aktivitas-aktivitas rekreasi dan hiburan serta administrasi untuk hiburan, pertunjukan dan rekreasi.
- d. *Personal care*, mencakup laundry dan perawatan kecantikan.
- e. Perawatan kesehatan, meliputi segala macam jasa medis dan kesehatan.
- f. Pendidikan swasta.
- g. Bisnis dan jasa profesional lainnya, meliputi biro hukum, konsultasi pajak, manajemen dan akuntansi serta jasa komputerisasi.
- h. Asuransi, perbankan dan jasa komersial lainnya, seperti asuransi perorangan dan bisnis, jasa kredit dan pinjaman, konseling investasi, dan pelayanan pajak.
- i. Komunikasi, terdiri atas telepon, telegram, internet, dan jasa komunikasi bisnis lainnya.
- j. Transportasi, meliputi jasa angkutan dan penumpang baik melalui darat, laut dan udara.

5. Regulasi

6. Tingkat Intensitas Karyawan

7. Tingkat Kontrak Penyedia Jasa dan Pelanggan

### **Pengertian Pendapatan**

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari aktivitas-aktivitas perusahaan dalam suatu periode. Pendapatan merupakan hal penting karena pendapatan adalah objek atas aktivitas perusahaan. Pendapatan timbul dari peristiwa ekonomi antara lain penjualan barang, penjualan jasa, penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak lain yang menghasilkan bunga, royalty, dan devisa.

### **B. Konsep Pendapatan**

1. Proses pembentukan pendapatan (*Earnings process*) adalah suatu konsep tentang terjadinya pendapatan. Konsep ini berdasarkan pada asumsi bahwa semua kegiatan operasi yang diperlukan dalam rangka mencapai hasil yang meliputi semua tahap kegiatan produksi, pemasaran maupun pengumpulan piutang memberikan kontribusi terhadap hasil akhir pendapatan berdasarkan perbandingan biaya yang terjadi sebelum perusahaan tersebut melakukan kegiatan produksi.

2. Proses realisasi pendapatan (*Realization Earning Process*) adalah proses pendapatan yang terhimpun atau terbentuk sesudah produk selesai dikerjakan dan terjual atas kontrak penjualan. Jadi, pendapatan dimulai dengan tahap terakhir kegiatan produksi, yaitu pada saat barang atau jasa dikirimkan atau diserahkan kepada pelanggan dan jika kontrak penjualan mendahului produksi barang atau jasa, maka pendapatan belum dikatakan terjadi.

#### **Pengakuan Pendapatan pada Saat Penjualan.**

Pengakuan pendapatan pada saat penjualan biasanya terpenuhi pada saat suatu produk barang diserahkan atau jasa telah diberikan kepada pelanggan. Pendapatan dari aktivitas pabrikasi serta penjualan umumnya diakui saat penjualan atau *point of sales*. Akan tetapi terdapat beberapa masalah dalam pelaksanaannya, yaitu:

- a. Penjualan dengan Perjanjian Beli Kembali.
- b. Penjualan dengan Hak Retur.

#### **Pengakuan Pendapatan Sebelum Penyerahan Barang atau Jasa.**

- a. Metode Persentase Penyelesaian.
- b. Metode Kontrak Selesai.

#### **Pengakuan Pendapatan Sebelum Penyerahan Barang atau Jasa.**

- a. Akrua! Penuh
- b. Penjualan Cicilan
- c. Pemulihan Biaya
- d. Kas

#### **Pengertian Hunian Kamar**

Tingkat Hunian Kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia untuk dijual. Tingkat hunian kamar merupakan tolak ukur keberhasilan dari sebuah Hotel. Bahwa dengan tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Maka dari itu semua hotel selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah hunian kamarnya

#### **Hubungan Harga Sewa Kamar dengan Jumlah Hunian Kamar**

1. *Person Rates*, adalah harga kamar yang ditetapkan untuk tamu yang menginap tergantung jumlah penghuni yang akan menempati kamar tersebut.
2. *Room Rates*, adalah harga yang ditetapkan tidak dipengaruhi oleh jumlah penghuni, melainkan dipengaruhi oleh tipe-tipe kamar yang ada di hotel tersebut.



3. *Publish Rates*, adalah harga kamar yang dijual sesuai dengan yang dipublikasikan kepada masyarakat umum.
4. *Confidential Rates*, adalah harga kamar yang berlaku hanya untuk pihak-pihak tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah diperbuat.

## **HOTEL**

Hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan bagi setiap orang yang ingin mendapatkan pelayanan penginapan (*rooms*), makanan dan minuman (*food and beverage*), hiburan, serta pelayanan menarik lainnya. (Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata).

## **PENDAPATAN HOTEL**

Hotel mempunyai sumber pendapatan utama yang berasal dari penjualan kamar (Room Revenue), penjualan makanan dan minuman (Food and Beverage Revenue) dan pendapatan lain-lain (Other Revenue).

## **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

PT. Sariarthamas Hotel International sebelumnya bernama PT. Sarinitokyu Hotel International didirikan dengan akta yang dibuat oleh notaris Djojo Mulyadi, S.H., No. 67 tertanggal 19 Agustus 1971, dan merupakan perusahaan patungan yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal Asing No 1, tahun 1967 antara PT. Sarinah Indonesia, Tokyu Hotel International dan Nissho Iwai Corporation.

## **METODE PENGUMPULAN DATA**

1. Dokumentasi
2. Wawancara

## **INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA**

Instrumen pengumpulan data digunakan sebagai alat untuk mengukur fenomena yang terjadi dalam objek penelitian dan disusun berdasarkan metode pengumpulan data tersebut diatas. Oleh karena itu instrumen penelitian yang disusun oleh peneliti berupa:

1. Dokumentasi (Terlampir)
2. Form Wawancara (Terlampir)

## **METODE ANALISIS DATA**

Metode analisis data yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hal ini dilakukan karena penelitian ini dimaksudkan untuk mencari hubungan antara Harga Kamar dan Pendapatan Hotel. Hal ini dilakukan setelah peneliti mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diperlukan untuk melakukan beberapa tahapan persiapan data.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Metode Penentuan Harga Sewa Kamar Hotel Sari Pacific Jakarta Tahun 2016-2018**

Metode penentuan Harga Sewa Kamar yang digunakan oleh Hotel Sari Pacific menggunakan target keuntungan yang ditetapkan oleh PT. Sariarthamas Hotel International sebagai perusahaan pusat. Setelah PT. Sariarthamas Hotel International menentukan target keuntungan maka manajemen Hotel Sari Pacific (Director of Finance dan Revenue Manager) akan menghitung CPOR (*Cost Per Occupied Room*) dan kemudian menetapkan harga sewa kamar yang baru pada setiap jenis kamar. Setiap tahunnya Hotel Sari Pacific Jakarta menetapkan harga yang berbeda beda kepada tujuh jenis kamar, yang mengakibatkan persentase kenaikan atau penurunan harga berbeda di setiap jenis kamar.

#### **A. Faktor Internal**

1. Target Laba dari PT. Sariarthamas Hotel International.
2. *Hotel Occupancy*
3. Aktivitas Hotel
4. Biaya

#### **B. Faktor Eksternal**

1. Pemerintah
2. PHRI (Persatuan Hotel Republik Indonesia)
3. Kompetitor
4. Pangsa Pasar

## **1.2. KESIMPULAN**

Pada Bab V ini merupakan bagian akhir dari penulisan Tugas Akhir peneliti, maka akan disampaikan beberapa kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran yang diberikan berdasarkan bukti-bukti penelitian pada Hotel Sari Pacific Jakarta yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dari peneliti adalah :

1. Hotel Sari Pacific Jakarta mempunyai tujuh jenis kamar yang berbeda-beda. Metode penentuan harga kamar yang digunakan oleh Hotel Sari Pacific Jakarta menggunakan target laba yang telah ditetapkan oleh PT. Sariarthamas Hotel International, kemudian manajemen Hotel Sari Pacific (*Director of Finance* dan *Revenue Manager*) akan menghitung CPOR (*Cost Per Occupied Room*) dan kemudian menetapkan harga sewa kamar yang baru pada setiap jenis kamar.

Penetapan harga kamar berbeda-beda pada setiap jenis kamar hal ini yang menyebabkan kenaikan yang berbeda pada setiap jenis kamar. Pengaruh kenaikan harga kamar rata-rata pada tahun 2017 sebesar 9,11% hanya mempengaruhi pendapatan Hotel di tahun tersebut sebesar 5,35%. Sedangkan kenaikan harga di tahun 2018 dengan rata-rata sebesar 5,71% tidak mempengaruhi kenaikan pendapatan hotel di tahun tersebut, melainkan pendapatan hotel menurun sebesar 10,81%.

2. Jumlah hunian kamar Hotel Sari Pacific Jakarta tahun 2016-2018 terdapat peningkatan dan penurunan jika dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2017 kenaikan jumlah hunian kamar yang sebesar 2,33% mampu mempengaruhi kenaikan pendapatan hotel sebesar 5,35%. Sedangkan pada tahun 2018 jumlah hunian kamar mengalami penurunan sebesar 10,45% yang mempengaruhi menurunnya pendapatan hotel sebesar 10,81%. Penurunan jumlah hunian kamar ini dikarenakan lokasi hotel yang sangat dekat dengan lembaga-lembaga penting Pemerintahan seperti Mahkamah Konstitusi, Badan Pengawas Pemilu dan Komisi Pemilihan Umum, sehingga kondisi politik di Indonesia khususnya di Jakarta menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar. Pergantian Brand Hotel juga berpengaruh pada kegiatan promosi yang dilakukan, karna Hotel Sari Pacific sebelumnya bekerja sama dengan Pan Pacific Hotel Group sebagai media promosi International. Kenaikan harga yang tidak diimbangi oleh perbaikan dan pembaruan fasilitas-fasilitas yang ada di hotel, menyebabkan penurunan minat konsumen untuk menggunakan produk-produk yang ada di Hotel Sari Pacific Jakarta dan lebih memilih untuk menginap di hotel yang mempunyai harga sewa kamar yang sama namun memiliki desain dan fasilitas yang lebih modern. Penurunan jumlah hunian kamar sangat mempengaruhi pada pendapatan Hotel Sari Pacific Jakarta. Pendapatan Hotel Sari Pacific Jakarta dari tahun 2016 sampai tahun 2018 sangat dipengaruhi oleh jumlah hunian kamar dibandingkan dengan harga kamar hal ini terbukti bahwa pada tahun 2018 jumlah hunian kamar mengalami penurunan sebesar 10,45% yang mengakibatkan menurunnya pendapatan hotel sebesar 10,81%, sedangkan kenaikan harga rata-rata yang sebesar 5,71% tidak dapat meningkatkan pendapatan hotel di tahun tersebut. Peningkatan atau penurunan jumlah hunian kamar mempengaruhi peningkatan atau penurunan pendapatan hotel. Pendapatan kamar memiliki kontribusi yang besar dengan persentase 53% sampai 59% dari total pendapatan hotel

### 1.3. SARAN

Menurut hasil penelitian terhadap Penentuan Harga Kamar Terhadap Pendapatan Hotel terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk membantu meningkatkan pendapatan pada Hotel Sari Pacific Jakarta.

Bagi PT. Sariarthamas Hotel International dalam menentukan target keuntungan dapat lebih mempertimbangkan berdasarkan keadaan serta fasilitas yang ada di Hotel Sari Pacific Jakarta serta harga dari kompetitor-kompetitor yang ada di sekitar Hotel Sari Pacific Jakarta.

Setelah perubahan brand dan tidak bekerja sama dengan *Pan Pacific Hotel Group*, pihak Hotel Sari Pacific dapat meningkatkan penjualan kamar dengan lebih banyak memperluas jaringan promosi dan membina relasi dengan perusahaan serta pihak-pihak pemerintahan serta memberikan harga dan keuntungan yang menarik bagi konsumen salah satunya dengan cara memberikan *reward* atau hadiah untuk para bookers dan konsumen berdasarkan jumlah hari dalam menginap di Hotel Sari Pacific Jakarta.

Hotel Sari Pacific Jakarta dapat lebih meningkatkan keamanan pada saat situasi politik yang tidak stabil di karenakan lokasi yang sangat berdekatan dengan beberapa tempat seperti BAWASLU, KPU dan MK. Pihak hotel dapat bekerja sama membina relasi dengan pihak- pihak keamanan baik swasta maupun pemerintah serta memperbarui sistem-sistem keamanan agar dapat meningkatkan keamanan serta kenyamanan tamu saat menginap di Hotel Sari Pacific Jakarta.

PT. Sariarthamas Hotel International dapat menambah anggaran renovasi untuk memperbaiki fasilitas-fasilitas yang lebih modern agar menambah daya tarik hotel dan dapat bersaing dengan hotel-hotel yang baru berdiri. Untuk karyawan Hotel Sari Pacific Jakarta dapat lebih meningkatkan pelayanan dengan mengikuti training-training yang diberikan serta memberikan ide-ide kreatif dalam memberikan pelayanan kepada tamu agar dapat memaksimalkan kinerja perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, A, dkk. (2017). *Analisis Penerapan Metode Activity Based Costing dalam Penentuan Tarif Harga Sewa Kamar hotel (studi kasus pada hotel amaris madiun)*. The FIPA 9<sup>th</sup>. Madiun: Universitas PGRI Madiun.
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan. (2012). *PSAK No. 23*. Jakarta: IAI.

- Dyckman. (2000). *Akuntansi Intermediate*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, S. (2010). *Penelitian Deskriptif*. Jakarta: Rajawali.
- <http://www.kemenpar.go.id>. Diakses pada tanggal (18 Juni)
- Kieso, D., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2011). *Akuntansi Intermediate*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). New jersey: Pretice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Kusnadi. (2009). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Malang: Brawijaya.
- M. Guntur, E. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Saggung Setto.
- Mulyadi. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Oka, A. Y. (2009). *Manajemen Pemasaran Hotel*. Jakarta: Perca.
- Santoso, I. (2009). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Bandung: P.T Refika Aditama.
- Soemarso. (2014). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stice, J. D., Stice, E. K., & Skousen, K. (2009). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F, dkk. (2012). *Pemasaran Strategik*. yogyakarta: andi.
- Triyanto, H. (2012). *Penentuan harga jual kamar hotel saat low season dengan metode cost plus pricing pendekatan variabel costing (studi kasus pada hotel puri artha yogyakarta)*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Program Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Wiyasha, I. (2010). *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Andi.